# COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Levallois, le 4 mai 2018

Mediametrie

## Audience Internet Global en France en février 2018

### Chaque jour, plus de 4 millions d'individus utilisent exclusivement leur mobile pour consulter les sites et applications de musique

En février 2018, les sites et applications de musique ont rassemblé 25,7 millions d'internautes, soit 41% de la population française de 2 ans et plus.

Chaque jour, près d'un individu sur 10 (9,4%) se connecte à un site ou une application de cette catégorie. Une activité plus ancrée dans les pratiques des jeunes, puisqu'elle concerne au quotidien plus d'un jeune âgé de 15 à 24 ans sur 5 (22%).

Parmi les internautes qui se rendent quotidiennement sur les sites et apps de musique, plus des deux tiers (69% - 4,1 millions d'individus) utilisent exclusivement leur mobile.

**Top 5 des marques de la catégorie « Musique »**

| | Visiteurs uniques mensuels |
|---|---|
| **Spotify** | 7 775 000 |
| **Deezer** | 7 712 000 |
| **Shazam** | 5 639 000 |
| **paroles.net** | 2 062 000 |
| **NRJ** | 1 925 000 |

***Les résultats du mois***



**52,3 millions** d'individus se sont connectés au moins une fois à Internet en février 2018, soit **83,5 %** de la population française de 2 ans et plus.




En moyenne, **42,6 millions** d'internautes se sont connectés à Internet chaque jour, soit **67,9 %** de la population française. Parmi les internautes quotidiens, plus d'1 sur 10 (11,5%) utilise les trois écrans (ordinateur, mobile, tablette).



Rapporté à l'ensemble de la population française de 2 ans et plus, le temps passé par jour et par personne est en moyenne de **38 minutes sur ordinateur** et de **41 minutes sur mobile**.

**En raison de l'évolution méthodologique, les comparaisons avec des résultats antérieurs à octobre 2017 ne sont pas possibles.**

Source : Médiamétrie et Mediametrie//NetRatings – Audience Internet Global - Tous lieux de connexion – France – février 2018 – Base : 2 ans et plus –
Copyright Médiamétrie – Tous droits réservés

## Top 50 des Groupes les plus visités en France

| Rang | Groupes | Visiteurs uniques par mois | Visiteurs uniques moyens par jour |
|---|---|---|---|
| 1 | Google | 50 774 000 | 35 871 000 |
| 2 | Facebook | 45 995 000 | 29 233 000 |
| 3 | Microsoft | 37 789 000 | 12 249 000 |
| 4 | Groupe Figaro CCM Benchmark | 34 091 000 | 6 190 000 |
| 5 | Wikimedia Foundation | 29 865 000 | 3 983 000 |
| 6 | Webedia | 29 723 000 | 4 114 000 |
| 7 | Prisma Media | 29 119 000 | 6 037 000 |
| 8 | Vivendi | 28 515 000 | 3 774 000 |
| 9 | Amazon | 28 141 000 | 4 394 000 |
| 10 | Schibsted | 27 992 000 | 6 626 000 |
| 11 | Orange | 27 964 000 | 8 970 000 |
| 12 | WEB66 | 27 948 000 | 5 958 000 |
| 13 | Solocal Group | 26 696 000 | 3 069 000 |
| 14 | Groupe Lagardere | 26 632 000 | 3 593 000 |
| 15 | Groupe Le Monde | 23 405 000 | 3 627 000 |
| 16 | francetélévisions | 23 246 000 | 3 093 000 |
| 17 | Apple Computer | 22 215 000 | 10 261 000 |
| 18 | Yahoo | 21 289 000 | 6 430 000 |
| 19 | La Poste | 21 247 000 | 3 756 000 |
| 20 | M6 | 20 946 000 | 2 103 000 |
| 21 | Groupe Casino | 20 118 000 | 2 362 000 |
| 22 | Groupe Credit Agricole | 19 878 000 | 4 019 000 |
| 23 | Groupe Auchan | 19 803 000 | 1 878 000 |
| 24 | Next Radio TV | 19 363 000 | 2 456 000 |
| 25 | auFeminin | 19 166 000 | 1 637 000 |
| 26 | Twitter | 18 716 000 | 3 668 000 |
| 27 | LinkedIn | 18 422 000 | 2 672 000 |
| 28 | Groupe Fnac Darty | 18 204 000 | 1 473 000 |
| 29 | Groupe Amaury | 17 898 000 | 3 102 000 |
| 30 | Groupe TF1 | 17 499 000 | 1 684 000 |
| 31 | Groupe Numericable - SFR | 17 098 000 | 4 119 000 |
| 32 | Groupe Le Parisien | 16 315 000 | 2 052 000 |
| 33 | SNCF France | 15 797 000 | 1 780 000 |
| 34 | 20 Minutes France | 15 726 000 | 2 023 000 |
| 35 | Samsung Group | 15 128 000 | 3 866 000 |
| 36 | Gouvernement Francais | 14 942 000 | 1 046 000 |
| 37 | Iliad | 14 686 000 | 2 112 000 |
| 38 | Oredis | 14 613 000 | 3 077 000 |
| 39 | Snapchat | 14 458 000 | 7 645 000 |
| 40 | Pinterest.com | 14 322 000 | 2 267 000 |
| 41 | Carrefour | 14 215 000 | 1 424 000 |
| 42 | Meteo France | 14 156 000 | 2 179 000 |
| 43 | Altice Media Group | 13 775 000 | 1 367 000 |
| 44 | eBay | 12 344 000 | 1 402 000 |
| 45 | Hutchison-Priceline | 12 033 000 | 1 067 000 |
| 46 | Ministere de l Education Nationale | 11 805 000 | 1 471 000 |
| 47 | Societe Generale | 11 798 000 | 1 787 000 |
| 48 | Assurance Maladie | 11 132 000 | 1 028 000 |
| 49 | Mondadori | 10 904 000 | 881 000 |
| 50 | Pole Emploi | 10 801 000 | 1 276 000 |

Source : Médiamétrie et Mediametrie//NetRatings – Audience Internet Global - Tous lieux de connexion – France – février 2018 – Base : 2 ans et plus –
Copyright Médiamétrie – Tous droits réservés

## Répartition écrans du Top 50 des Groupes les plus visités en France

| Rang | Groupes | Visiteurs uniques par mois | % des VU ayant utilisé l'Ordinateur | % des VU ayant utilisé le Mobile | % des VU ayant utilisé la Tablette |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Google | 50 774 000 | 77,9 | 74,1 | 44,5 |
| 2 | Facebook | 45 995 000 | 57,4 | 78,4 | 41,5 |
| 3 | Microsoft | 37 789 000 | 83,7 | 41,4 | 13,0 |
| 4 | Groupe Figaro CCM Benchmark | 34 091 000 | 58,8 | 60,4 | 23,0 |
| 5 | Wikimedia Foundation | 29 865 000 | 48,6 | 62,3 | 21,0 |
| 6 | Webedia | 29 723 000 | 54,0 | 54,5 | 24,3 |
| 7 | Prisma Media | 29 119 000 | 44,6 | 63,7 | 25,1 |
| 8 | Vivendi | 28 515 000 | 42,4 | 66,1 | 26,7 |
| 9 | Amazon | 28 141 000 | 58,9 | 53,1 | 21,8 |
| 10 | Schibsted | 27 992 000 | 52,7 | 55,5 | 27,4 |
| 11 | Orange | 27 964 000 | 56,5 | 59,5 | 13,8 |
| 12 | WEB66 | 27 948 000 | 47,7 | 62,7 | 22,7 |
| 13 | Solocal Group | 26 696 000 | 58,4 | 53,6 | 16,8 |
| 14 | Groupe Lagardere | 26 632 000 | 51,9 | 56,4 | 20,8 |
| 15 | Groupe Le Monde | 23 405 000 | 43,4 | 59,9 | 20,5 |
| 16 | francetélévisions | 23 246 000 | 39,5 | 59,5 | 26,2 |
| 17 | Apple Computer | 22 215 000 | 31,3 | 54,8 | 44,5 |
| 18 | Yahoo | 21 289 000 | 46,2 | 60,0 | 15,3 |
| 19 | La Poste | 21 247 000 | 61,3 | 45,7 | 14,5 |
| 20 | M6 | 20 946 000 | 50,1 | 48,0 | 24,0 |
| 21 | Groupe Casino | 20 118 000 | 52,5 | 52,5 | 18,9 |
| 22 | Groupe Credit Agricole | 19 878 000 | 60,8 | 42,7 | 15,3 |
| 23 | Groupe Auchan | 19 803 000 | 57,3 | 44,7 | 20,9 |
| 24 | Next Radio TV | 19 363 000 | 42,9 | 59,8 | 14,8 |
| 25 | auFeminin | 19 166 000 | 44,0 | 50,9 | 23,6 |
| 26 | Twitter | 18 716 000 | 34,5 | 63,0 | 21,0 |
| 27 | LinkedIn | 18 422 000 | 33,4 | 67,3 | 15,8 |
| 28 | Groupe Fnac Darty | 18 204 000 | 53,1 | 47,3 | 17,5 |
| 29 | Groupe Amaury | 17 898 000 | 27,3 | 66,9 | 22,1 |
| 30 | Groupe TF1 | 17 499 000 | 38,3 | 58,7 | 22,3 |
| 31 | Groupe Numericable - SFR | 17 098 000 | 51,3 | 52,4 | 16,3 |
| 32 | Groupe Le Parisien | 16 315 000 | 41,7 | 58,0 | 17,4 |
| 33 | SNCF France | 15 797 000 | 43,7 | 56,2 | 18,2 |
| 34 | 20 Minutes France | 15 726 000 | 31,1 | 66,8 | 16,3 |
| 35 | Samsung Group | 15 128 000 | 8,8 | 58,7 | 48,6 |
| 36 | Gouvernement Francais | 14 942 000 | 65,4 | 37,2 | 10,9 |
| 37 | Iliad | 14 686 000 | 74,1 | 26,1 | 12,1 |
| 38 | Oredis | 14 613 000 | 36,5 | 56,7 | 26,4 |
| 39 | Snapchat | 14 458 000 | 0,8 | 99,0 | 1,1 |
| 40 | Pinterest.com | 14 322 000 | 40,4 | 51,1 | 22,8 |
| 41 | Carrefour | 14 215 000 | 54,3 | 43,0 | 20,6 |
| 42 | Meteo France | 14 156 000 | 52,2 | 46,6 | 14,2 |
| 43 | Altice Media Group | 13 775 000 | 41,9 | 55,9 | 18,2 |
| 44 | eBay | 12 344 000 | 55,4 | 41,5 | 16,5 |
| 45 | Hutchison-Priceline | 12 033 000 | 42,3 | 49,8 | 23,8 |
| 46 | Ministere de l Education Nationale | 11 805 000 | 61,7 | 34,7 | 15,3 |
| 47 | Societe Generale | 11 798 000 | 59,6 | 38,0 | 12,2 |
| 48 | Assurance Maladie | 11 132 000 | 62,2 | 35,3 | 12,1 |
| 49 | Mondadori | 10 904 000 | 39,9 | 50,3 | 21,3 |
| 50 | Pole Emploi | 10 801 000 | 65,3 | 35,8 | 11,3 |

Source : Médiamétrie et Mediametrie//NetRatings – Audience Internet Global - Tous lieux de connexion – France – février 2018 – Base : 2 ans et plus –
Copyright Médiamétrie – Tous droits réservés

## Top 50 des Marques les plus visitées en France

| Rang | Marques | Visiteurs uniques par mois | Visiteurs uniques moyens par jour |
|---|---|---|---|
| 1 | Google | 50 177 000 | 33 877 000 |
| 2 | Facebook | 45 570 000 | 27 882 000 |
| 3 | YouTube | 44 426 000 | 15 130 000 |
| 4 | Wikipedia | 29 439 000 | 3 877 000 |
| 5 | Amazon | 27 675 000 | 4 272 000 |
| 6 | Leboncoin.fr - T | 27 569 000 | 6 518 000 |
| 7 | Orange - T ACPM/OJD | 25 455 000 | 8 625 000 |
| 8 | Microsoft | 23 621 000 | 3 398 000 |
| 9 | Apple | 22 202 000 | 10 260 000 |
| 10 | Instagram | 21 758 000 | 4 658 000 |
| 11 | PagesJaunes - T | 21 495 000 | 2 001 000 |
| 12 | Dailymotion - T | 20 912 000 | 2 156 000 |
| 13 | Le Figaro - T ACPM/OJD | 20 466 000 | 2 688 000 |
| 14 | Yahoo - T | 20 090 000 | 6 143 000 |
| 15 | franceinfo - T ACPM/OJD | 19 139 000 | 2 321 000 |
| 16 | Windows Live | 19 137 000 | 3 482 000 |
| 17 | LinkedIn | 18 422 000 | 2 672 000 |
| 18 | Cdiscount | 18 413 000 | 2 038 000 |
| 19 | Twitter | 18 336 000 | 3 627 000 |
| 20 | L Equipe - T ACPM/OJD | 17 722 000 | 3 079 000 |
| 21 | Le Monde - T ACPM/OJD | 16 396 000 | 2 098 000 |
| 22 | Le Parisien - T ACPM/OJD | 16 315 000 | 2 052 000 |
| 23 | SFR | 16 308 000 | 3 918 000 |
| 24 | Tele Loisirs - T ACPM/OJD | 15 889 000 | 2 937 000 |
| 25 | BFM TV - T ACPM/OJD | 15 812 000 | 1 968 000 |
| 26 | 20minutes.fr - T ACPM/OJD | 15 702 000 | 2 020 000 |
| 27 | Marmiton - T | 15 222 000 | 1 158 000 |
| 28 | Samsung | 15 091 000 | 3 860 000 |
| 29 | WhatsApp | 14 821 000 | 4 737 000 |
| 30 | Ouest France - T ACPM/OJD | 14 632 000 | 1 713 000 |
| 31 | Fnac | 14 533 000 | 1 056 000 |
| 32 | Snapchat | 14 458 000 | 7 645 000 |
| 33 | vente-privee | 14 450 000 | 3 065 000 |
| 34 | Pinterest | 14 322 000 | 2 267 000 |
| 35 | Outlook (Outlook.com) | 14 262 000 | 4 010 000 |
| 36 | LA POSTE | 14 236 000 | 1 897 000 |
| 37 | AlloCine - T | 14 217 000 | 1 216 000 |
| 38 | Free | 14 187 000 | 2 029 000 |
| 39 | Meteo France - T | 14 156 000 | 2 179 000 |
| 40 | Linternaute.com - T | 14 130 000 | 909 000 |
| 41 | MSN - T | 13 754 000 | 3 224 000 |
| 42 | France Televisions - T ACPM/OJD | 13 270 000 | 1 176 000 |
| 43 | Bing | 12 774 000 | 1 917 000 |
| 44 | Credit Agricole | 12 574 000 | 2 577 000 |
| 45 | MYTF1 - T | 12 535 000 | 994 000 |
| 46 | Le Journal des Femmes - T | 12 268 000 | 789 000 |
| 47 | OUI.sncf | 12 165 000 | 1 046 000 |
| 48 | eBay | 11 771 000 | 1 341 000 |
| 49 | Booking.com | 11 698 000 | 1 032 000 |
| 50 | Service-Public.fr | 11 541 000 | 707 000 |

Source : Médiamétrie et Mediametrie//NetRatings – Audience Internet Global - Tous lieux de connexion – France – février 2018 – Base : 2 ans et plus –
Copyright Médiamétrie – Tous droits réservés

## Répartition écrans du Top 50 des Marques les plus visitées en France

| Rang | Marques | Visiteurs uniques par mois | % des VU ayant utilisé l'Ordinateur | % des Vu ayant utilisé le Mobile | % des VU ayant utilisé la Tablette |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Google | 50 177 000 | 76,5 | 74,5 | 43,3 |
| 2 | Facebook | 45 570 000 | 57,2 | 77,7 | 41,6 |
| 3 | YouTube | 44 426 000 | 53,5 | 70,8 | 36,8 |
| 4 | Wikipedia | 29 439 000 | 48,4 | 62,0 | 21,1 |
| 5 | Amazon | 27 675 000 | 58,7 | 52,5 | 21,6 |
| 6 | Leboncoin.fr - T | 27 569 000 | 52,2 | 55,5 | 27,4 |
| 7 | Orange - T ACPM/OJD | 25 455 000 | 58,9 | 55,1 | 12,9 |
| 8 | Microsoft | 23 621 000 | 86,2 | 24,2 | 3,7 |
| 9 | Apple | 22 202 000 | 31,3 | 54,9 | 44,5 |
| 10 | Instagram | 21 758 000 | 17,0 | 78,3 | 19,7 |
| 11 | PagesJaunes - T | 21 495 000 | 53,4 | 51,1 | 16,3 |
| 12 | Dailymotion - T | 20 912 000 | 20,5 | 72,0 | 27,7 |
| 13 | Le Figaro - T ACPM/OJD | 20 466 000 | 41,2 | 62,1 | 19,1 |
| 14 | Yahoo - T | 20 090 000 | 44,8 | 61,0 | 14,4 |
| 15 | franceinfo - T ACPM/OJD | 19 139 000 | 31,7 | 62,2 | 24,8 |
| 16 | Windows Live | 19 137 000 | 66,5 | 35,7 | 17,5 |
| 17 | LinkedIn | 18 422 000 | 33,4 | 67,3 | 15,8 |
| 18 | Cdiscount | 18 413 000 | 51,5 | 51,0 | 19,4 |
| 19 | Twitter | 18 336 000 | 35,0 | 62,1 | 21,1 |
| 20 | L Equipe - T ACPM/OJD | 17 722 000 | 26,6 | 67,3 | 22,2 |
| 21 | Le Monde - T ACPM/OJD | 16 396 000 | 40,2 | 59,0 | 18,4 |
| 22 | Le Parisien - T ACPM/OJD | 16 315 000 | 41,7 | 58,0 | 17,4 |
| 23 | SFR | 16 308 000 | 49,7 | 53,1 | 16,7 |
| 24 | Tele Loisirs - T ACPM/OJD | 15 889 000 | 34,6 | 58,2 | 21,8 |
| 25 | BFM TV - T ACPM/OJD | 15 812 000 | 34,5 | 63,7 | 15,7 |
| 26 | 20minutes.fr - T ACPM/OJD | 15 702 000 | 30,9 | 66,9 | 16,3 |
| 27 | Marmiton - T | 15 222 000 | 37,8 | 50,7 | 24,8 |
| 28 | Samsung | 15 091 000 | 8,8 | 58,5 | 48,7 |
| 29 | WhatsApp | 14 821 000 | 3,6 | 97,1 | 1,2 |
| 30 | Ouest France - T ACPM/OJD | 14 632 000 | 32,2 | 62,9 | 17,8 |
| 31 | Fnac | 14 533 000 | 51,0 | 45,7 | 16,4 |
| 32 | Snapchat | 14 458 000 | 0,8 | 99,0 | 1,1 |
| 33 | vente-privee | 14 450 000 | 36,2 | 56,6 | 26,6 |
| 34 | Pinterest | 14 322 000 | 40,4 | 51,1 | 22,8 |
| 35 | Outlook (Outlook.com) | 14 262 000 | 59,0 | 48,7 | 7,0 |
| 36 | LA POSTE | 14 236 000 | 63,4 | 37,6 | 13,4 |
| 37 | AlloCine - T | 14 217 000 | 43,2 | 56,6 | 15,3 |
| 38 | Free | 14 187 000 | 74,3 | 25,3 | 11,9 |
| 39 | Meteo France - T | 14 156 000 | 52,2 | 46,6 | 14,2 |
| 40 | Linternaute.com - T | 14 130 000 | 48,3 | 44,8 | 18,3 |
| 41 | MSN - T | 13 754 000 | 94,6 | 4,0 | 3,7 |
| 42 | France Televisions - T ACPM/OJD | 13 270 000 | 36,5 | 50,2 | 27,1 |
| 43 | Bing | 12 774 000 | 90,1 | 6,0 | 6,7 |
| 44 | Credit Agricole | 12 574 000 | 62,1 | 35,4 | 14,5 |
| 45 | MYTF1 - T | 12 535 000 | 39,0 | 53,1 | 21,5 |
| 46 | Le Journal des Femmes - T | 12 268 000 | 38,0 | 50,7 | 22,8 |
| 47 | OUI.sncf | 12 165 000 | 40,8 | 53,9 | 19,8 |
| 48 | eBay | 11 771 000 | 54,4 | 41,8 | 16,7 |
| 49 | Booking.com | 11 698 000 | 41,3 | 50,5 | 24,0 |
| 50 | Service-Public.fr | 11 541 000 | 61,1 | 38,2 | 11,4 |

Source : Médiamétrie et Mediametrie//NetRatings – Audience Internet Global - Tous lieux de connexion – France – février 2018 – Base : 2 ans et plus –
Copyright Médiamétrie – Tous droits réservés

# COMMUNIQUÉ DE PRESSE

## La mesure de l'Audience Internet Global

## Méthodologie, Définitions et Indicateurs

La mesure d'Audience Internet Global repose sur **un panel unique de plus de 30 000 individus de 2 ans et plus**, dont plus de 4 000 internautes équipés de deux ou trois écrans (ordinateur et/ou téléphone mobile et/ou tablette), qui permet de mesurer 'nativement' l'audience globale de plus de 5 000 marques et 600 applications. La mesure bénéficie des méthodologies innovantes d'hybridation mariant panels et big data mises au point par Médiamétrie. De cette mesure globale découlent les résultats d'audience sur chacun des écrans : ordinateur, téléphone mobile et tablette. La mesure prend en compte le surf des internautes quel que soit le lieu, le mode de connexion (3G/4G/Wifi) ou le protocole (http/https) pour l'ensemble des sites et applications.

**Groupe ou Parent (P) :** Le Parent est un niveau qui consolide l'audience d'un ensemble de marques (Brand). Une Brand ne peut être comptabilisée que dans un seul Parent. Le Parent est la société qui est l'actionnaire principal des Brands (et non des URLs) qui lui sont rattachées.

**Marque ou Brand (B) :** La Brand est le niveau « marque ». Une Brand est un agrégat de domaines, de sous-domaines et/ou de pages identifiés par un même logo de façon cohérente et homogène.

*Les marques participant à la mesure par l'implémentation d'un Tag sur au moins 50 % de leur périmètre sont notifiées «**T**» ; celles dont le périmètre est intégralement taggué et certifié par l'ACPM (Alliance pour les Chiffres de la Presse et des Médias) sont notifiées «**T ACPM/OJD**».*

**Visiteurs uniques par mois :** Nombre total d'internautes ayant visité un groupe ou une marque au moins une fois pour le mois concerné quel que soit leur lieu de connexion : domicile, travail, autres lieux. Les internautes ayant visité le même groupe (ou la même marque) plusieurs fois ne sont comptés qu'une fois.

**Visiteurs uniques moyens par jour :** Nombre moyen d'internautes ayant visité un groupe ou une marque au moins une fois au cours d'une journée pour le mois concerné. Les internautes ayant visité le même site plusieurs fois dans la journée ne sont comptés qu'une fois.

## *A propos de Médiamétrie et Mediametrie//NetRatings*

*Leader des études médias, Médiamétrie observe, mesure et analyse les comportements du public et les tendances du marché. Créée en 1985, Médiamétrie développe ses activités en France et à l'international sur la Télévision, la Radio, l'Internet, le Cinéma, le Téléphone Mobile, la Tablette et le Cross-Médias. En 2017, Médiamétrie a réalisé un chiffre d'affaires de 93 M€.*

*Mediametrie//NetRatings est la société créée et détenue conjointement par Médiamétrie et Nielsen. Mediametrie//NetRatings développe et commercialise en France les mesures de référence de l'audience Internet et de l'efficacité online.*

*www.mediametrie.fr*
*Twitter : @Mediametrie*
*Facebook : Médiamétrie*

**Contacts Presse :**

*Isabelle Lellouche Filliau*
Tél : 01 47 58 97 26
ilellouche-filliau@mediametrie.fr

*Benoît David*
Tél : 01 71 09 93 18
bdavid@mediametrie.fr